

# Digitaalisesti suuntautuneet pk-yritykset

Kirjoittaja: Samuli Rikama, ekonomisti, työ- ja elinkeinoministeriö



Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj sekä työ- ja elinkeinoministeriö tekevät yhteistyössä pienten ja keskisuurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä kuvaavan Pk-yritysbarometrin kaksi kertaa vuodessa. Barometri julkistetaan sekä valtakunnallisena että alueellisina raportteina. Tiedonkeruusta vastaa Taloustutkimus Oy.

Valtakunnallisessa raportissa tuloksia käsitellään koko pk-sektorin näkökulmasta ja myös päätoimialoittain teollisuuteen, rakentamiseen, kauppaan ja palveluihin jaoteltuna. Alueraportteissa kehitystä verrataan erityisesti kyseisen alueen yritysten ja koko maan välillä.

Käsillä olevassa raportissa kuvataan digitaalisesti suuntautuneiden pk-yritysten profilia, suhdannenäkymiä, kansainvälistymistä, rahoitustilannetta ja digitalisoitumista.

Kevään 2015 Pk-yritysbarometri perustuu 4404 pk-yrityksen edustajan vastauksiin ja kuvaa kattavasti suomalaisten pk-yritysten käsityksiä taloudellisen toimintaympäristön muutoksista sekä yritysten liiketoimintaan ja kehitysnäkymiin vaikuttavista tekijöistä.

# Tutkimusaineisto

Tämän tutkimuksen otantalähteenä on käytetty Tilastokeskuksen toimialaluokitusta TOL 2010, Fonecta Kohdistamiskone -yrittäjärekisteriä sekä Suomen Yrittäjien jäsenrekisteriä, joista otanta on tehty kiintiöidyllä satunnaisotannalla. Otoksessa on kiintiöity yritysten toimiala, kokoluokka ja sijainti.

Vastaajajoukon muodostaa 4404 kohderyhmän vaatimukset täyttävää pk-yrityksen edustajaa. Tiedonkeruumenetelmänä on käytetty internetkyselyä. Vastaajat kutsuttiin kyselyyn sähköpostitse tai puhelimitse joulukuun 2014 ja tammikuun 2015 välisenä aikana.

Tutkimustuloksissa aineisto on painotettu vastaamaan yritysten todellista toimiala- ja aluejakaumaa. Painotettua otoskokoa käytetään laskentaperusteena, koska tällöin otoksen perusteella lasketut tulokset voidaan yleistää koskemaan koko tutkimuskohteena olevaa pk-sektoria.

Tässä raportissa **digitaalisesti suuntautuneilla** yrityksillä tarkoitetaan sellaisia yrityksiä, joiden edustaja on kyselyssä ilmoittanut käyttävänsä **vähintään viittä** seuraavista digitaalisista työkaluista:

1. Omat Internet kotisivut
2. Sosiaalinen media (esim. Facebook, LinkedIn)
3. Pilvipalvelut (verkkopalveluina Internetissä)
4. Verkkokauppa yrityksen myynnissä (tuotteet ja palvelut)
5. Yrityksen ostot verkossa (tuotteet ja palvelut)
6. Digitaalisten kanavien käyttö palvelujen jakelussa ja markkinoinnissa
7. Big datan käyttö (esim. markkina-analyysissä)
8. Teollinen Internet (tällä tarkoitetaan uudenlaisia liiketoiminnan ratkaisuja, joilla teolliset laitteet kommunikoivat automaattisesti keskenään)

Määritelmän mukaisesti digitaalisesti suuntautuneissa pk-yrityksissä toimivia vastaajia on tässä tutkimuksessa 346. Tällä vastaajamäärällä tulosten virhemarginaali on noin 5 prosenttia suuntaansa. Raportti sisältää joitain laskelmia, joissa edellä mainitut vastaajat on jaettu toimialoittain pienempiin joukkoihin. Kyseisten tulosten osalta on huomioitava, että vastaajamäärä ei aina riitä antamaan luotettavaa, vaan pelkästään suuntaa antavaa kuvaa todellisesta tilanteesta.

Raportissa käytetty toimialajaoittelu on seuraava (suluissa kaksinumeroiset TOL luokat): Teollisuus (01-39), Rakentaminen (41-43), Kauppa (45-47), Osaamisintensiiviset palvelut KIBS (61-66, 69-74, 82, 85), Muut palvelut (49-60, 68, 75-81, 84, 86-96). Jos jokin toimialaluokka puuttuu edellisestä listauksesta, se tarkoittaa, että ko. toimialalta ei ole vastaajia tässä tutkimuksessa.

Kaikkien kuvien lähteenä on pk-yritysbarometri. Kuvissa termi 'digitaaliset' tarkoittaa digitaalisesti suuntautuneita yrityksiä.

Tämä katsaus löytyy TEM:n artikkeli-kokoelmasta: [http://www.tem.fi/ajankohtaista/julkaisut/tem\\_oppaat\\_ja\\_muut\\_julkaisu](http://www.tem.fi/ajankohtaista/julkaisut/tem_oppaat_ja_muut_julkaisu)

# Keskeiset viestit kasvuhakuisten yritysten näkökulmasta: profiili, suhdanne, kansainvälisyys, rahoitus ja digitaalisuus

## Profiili

Vahvasti digitaalisesti suuntautuneita yrityksiä oli pk-barometrin aineistosta yhteensä lähes 8 prosenttia, mikä vastaa karkeasti arvioiden noin 18 000–19 000 yritystä Suomessa.

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset ovat tyypillisesti muita pk-yrityksiä nuorempia. Lähes 60 prosenttia digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä oli perustettu 2000-luvulla.

Neljännes digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä oli voimakkaasti kasvuhakuinen kun kaikista pk-yrityksistä 7 prosenttia ilmoitti olevansa voimakkaasti kasvuhakuisia.

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset olivat lanseeranneet kaksi kertaa muita pk-yrityksiä yleisemmin uusia tuotteita tai palveluja markkinoille ja myös ottaneet käyttöön uutta teknologiaa.

## Suhdanne

Digitaalisesti suuntautuneiden yritysten suhdannekuva oli koko pk-sektoria selvästi valoisampi. Noin 37 prosenttia yrityksistä odotti suhdanteen kohenevan seuraavan vuoden aikana.

Seuraavan vuoden suhdanneodotus oli digitaalisesti suuntautuneilla yrityksillä positiivinen kaksi kertaa niin yleistä kuin muilla pk-yrityksillä.

Noin kolmannes digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä oli lisännyt innovaatiotoimintaa tai tuotannon ja tuotteiden kehitystä edellisvuoden aikana ja lähes 50 prosenttia aikoi tehdä näin seuraavan vuoden aikana.

## Kansainvälistyminen

Digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä lähes 30 prosenttia odotti viennin kohenevan edellisvuodesta, kun edellisvuonna viennin kohenemisesta ilmoitti vajaa viidennes yrityksistä.

Suoraa vientitoimintaa ulkomaille harjoitti 12 prosenttia kaikista pk-yrityksistä, kun digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä vientiä harjoitti neljännes yrityksistä.

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset olivat muita pk-yrityksiä yleisemmin läsnä globaaleilla markkinoilla, etenkin EU-maissa sekä muualla Euroopassa ja Venäjällä.

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset aikoivat käyttää seuraavan vuoden aikana yli kaksi kertaa yleisemmin kansainvälistymispalveluja kuin pk-yritykset keskimäärin.

## Rahoitus

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset aikoivat ottaa ulkopuolista rahoitusta selvästi muita pk-yrityksiä yleisemmin eli noin 30 prosenttia yrityksistä.

Teollisuudessa digitaalisesti suuntautuneiden yritysten aikomukset ottaa rahoitusta olivat ylivoimaisesti suurimmat.

Yrityksen kehittämishankkeisiin haki rahoitusta lähes 40 prosenttia digitaalisesti suuntautuneista mutta vain vajaa viidennes kaikista pk-yrityksistä. Myös kansainvälistymisen ja viennin rahoitus korostui digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä.

Digitaalisten yritysten rahoitusaikomuksissa korostuu kehittämistoiminnan ohella kansainvälistyminen. Lähes 30 prosenttia aikoi hakea rahoitusta kansainvälistymistoimintaansa seuraavan vuoden aikana.

## Digitaaliset työkalut

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset käyttivät digitaalisia työkaluja monta kertaa yleisemmin kuin pk-yritykset keskimäärin. Erot olivat merkittävät etenkin digitaalisten jakelukanavien käytössä, verkko-ostoissa ja pilvipalvelujen käytössä.

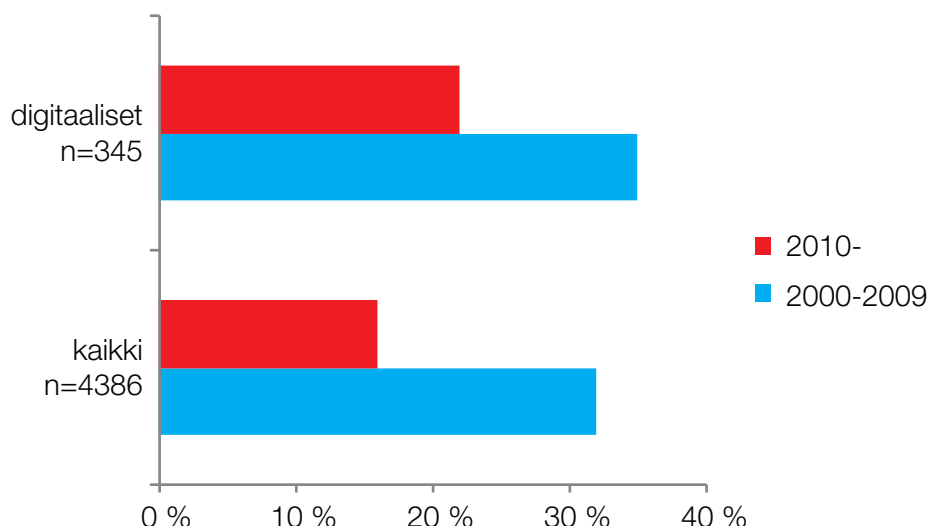
Digitaalisesti suuntautuneet yritykset myös arvioivat digitaalisuuden vaikutukset huomattavasti muita pk-yrityksiä positiivisemmin.

# 1 Millaisia ovat digitaalisesti suuntautuneet yritykset?

Voimakkaasti digitaalisia työkaluja hyödyntävät yritykset poikkeavat monelta osin perinteisistä pk-yrityksistä. Digitaalisesti suuntautuneet yritykset ovat tyypillisesti nuoria yrityksiä, jotka ovat oman alansa edelläkävijöitä. Vahvasti digitaalisesti suuntautuneita yrityksiä oli pk-barometrin aineistosta yhteensä lähes 8 prosenttia, mikä vastaa karkeasti arvioiden noin 18 000–19 000 yritystä Suomessa.

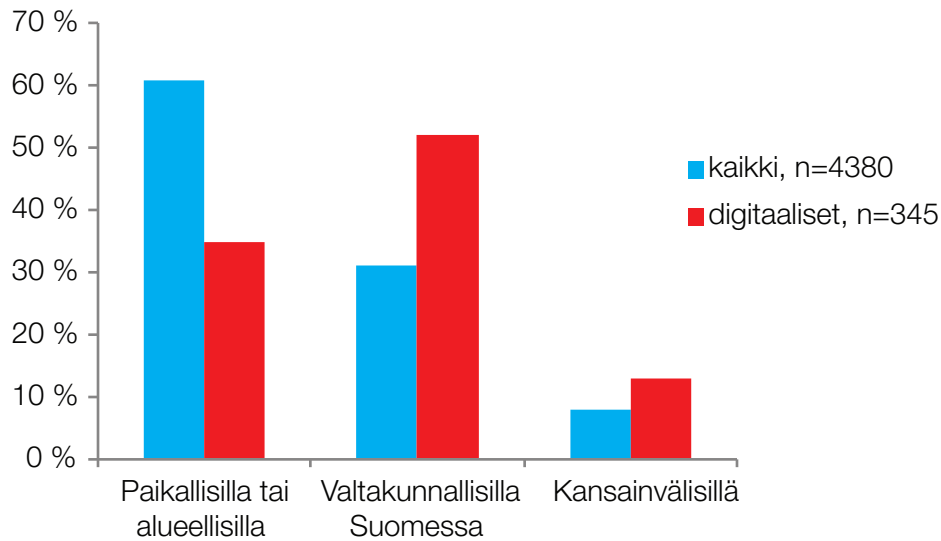
Digitaalisesti suuntautuneet yritykset ovat tyypillisesti muita pk-yrityksiä nuorempia. Lähes 60 prosenttia digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä oli perustettu 2000 luvulla, kun pk-yrityksistä alle puolet oli perustettu 2000 luvulla. Etenkin digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä oli paljon hyvin nuoria - vuonna 2010 tai sen jälkeen perustettuja yrityksiä (22 %). Kaikista pk-yrityksistä nuoria oli vastaavasti noin 16 prosenttia.

**Kuvio 1.1** Digitaalisesti suuntautuneet yritykset perustamisajankohdan mukaan, osuus



Digitaalisten työkalujen käyttö mahdollistaa yrityksille muita pk-yrityksiä helpomman pääsyn sekä valtakunnallisille että kansainvälisille markkinoille. Digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä noin 13 prosenttia toimi kansainvälisillä ja yli puolet valtakunnallisilla markkinoilla. Tilanne poikkeaa oleellisesti muista pk-yrityksistä, joista noin 60 prosenttia ilmoitti toimivansa pääasiassa paikallisilla tai alueellisilla markkinoilla.

**Kuvio 1.2** Yritykset pääasiallisen markkinan mukaan, osuus

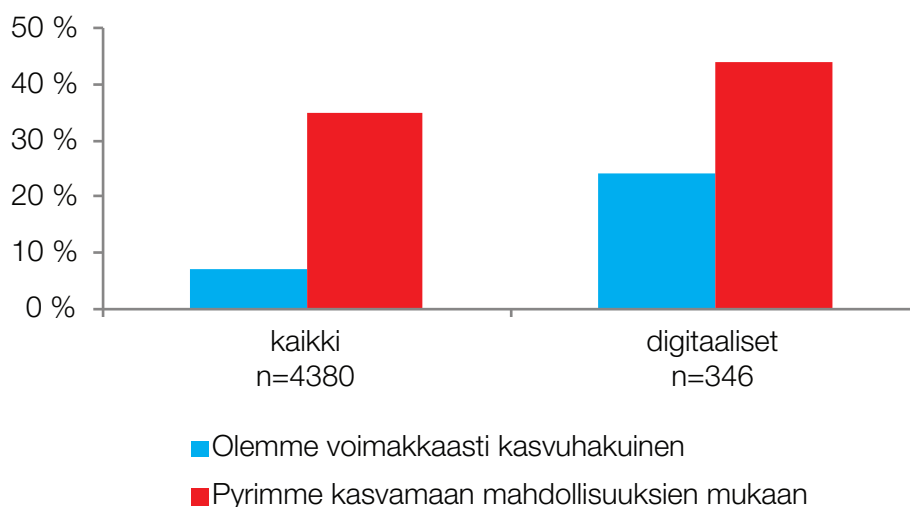


## Digitaalisesti suuntautuneet yritykset voimakkaasti kasvuhakuisia

Neljännes digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä oli voimakkaasti kasvuhakuinen kun kaikista pk-yrityksistä 7 prosenttia ilmoitti olevansa voimakkaasti kasvuhakuisia. Myös kasvua mahdollisuuksien mukaan hakevia oli digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä selvästi enemmän kuin pk-yrityksissä yleensä.

On ilmeistä, että kasvuhakuisuus ja digitaalisten työkalujen omaksuminen ja käyttö ovat yhteydessä toisiinsa. Digitaaliset työkalut tarjoavat myös kansainvälistymiseen ja globaalien markkinoiden valloittamiseen ennennäkemättömiä mahdollisuuksia. Yritykset näyttävät myös oivaltaneen tämän.

**Kuvio 1.3** Yritysten kasvuhakuisuus, osuus yrityksistä

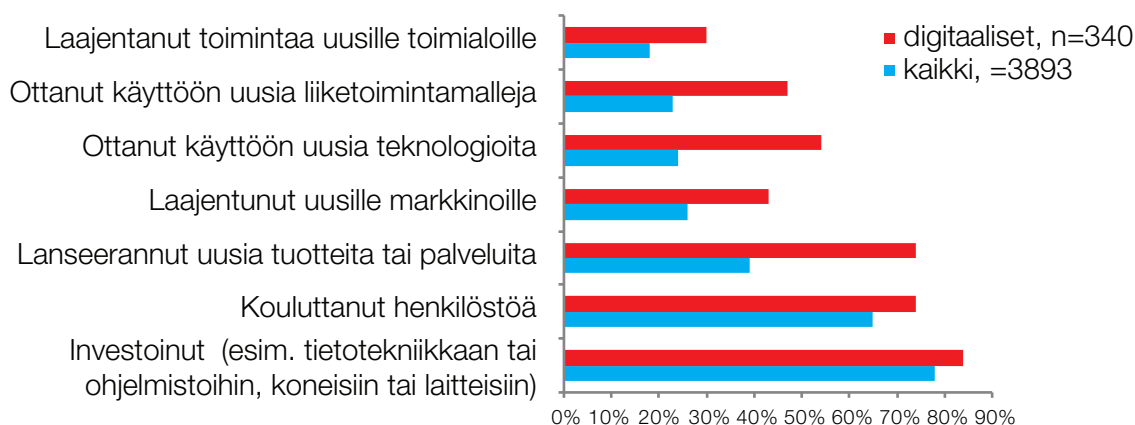


## Digitaalisuus ja uusiutuminen

Digitaalisuus kytkeytyy myös vääjäämättä yrityskentän uusiutumiseen. Yrityksiltä kysyttiin miten liiketoimintaa on laajennettu tai uudistettu, onko otettu käyttöön uutta teknologiaa ja mitä vaikutuksia näillä on ollut henkilöstön koulutukseen tai liiketoimintamalleihin?

Digitaalisesti suuntautuneet yritykset olivat lanseeranneet kaksi kertaa muita pk-yrityksiä yleisemmin uusia tuotteita tai palveluja markkinoille ja myös ottaneet käyttöön uutta teknologiaa. Digitaalisten työkalujen voimakas hyödyntäminen heijastuu myös tapaan tehdä liiketoimintaa. Digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä lähes puolet oli ottanut käyttöön uusia liiketoimintamalleja, kun pk-yrityksistä näin oli tehnyt vain reilut 20 prosenttia.

**Kuvio 1.4** Mitä seuraavista yrityksenne on tehnyt viimeisen vuoden aikana





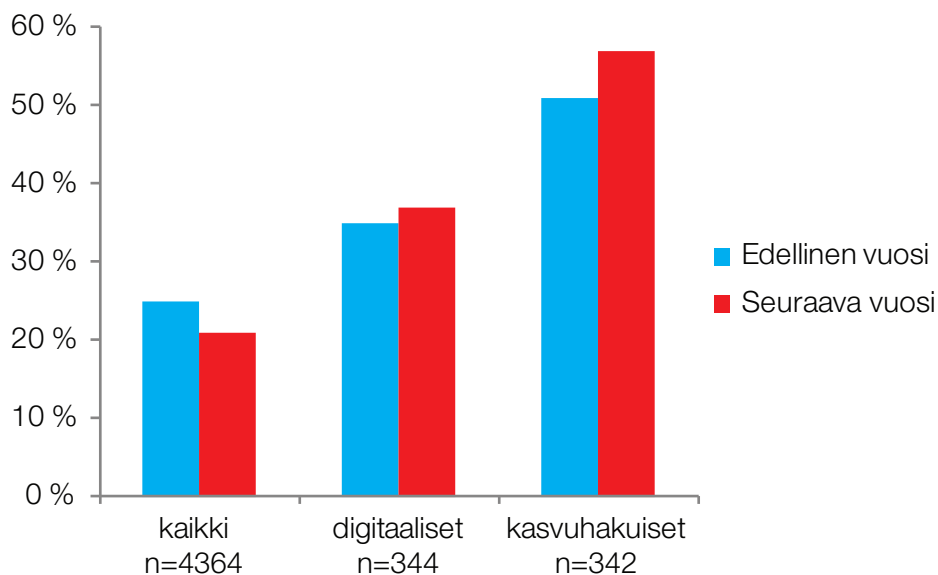
## 2 Digitaalisesti suuntautuneiden yritysten suhdannekuva

Talouden suhdanne pk-barometrin valossa on melko heikko. Näkymissä vuodeksi eteenpäin vain reilu viidennes yrityksistä odotti suhdanteen kohenevan ja neljännes ilmoitti sen kohentuneen edellisvuodesta. Digitaalisesti suuntautuneiden yritysten suhdannekuva oli koko pk-sektoria selvästi valoisampi.

Vertailun vuoksi tässä ja osin seuraavassa luvussa käytetään digitaalisesti suuntautuneiden ja kaikkien pk-yritysten lisäksi voimakkaasti kasvuhakuisia pk-yrityksiä. Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä on noin 7 prosenttia yrityskannasta ja tyypillisesti näiden yritysten näkymät olivat kaikkein positiivisimmat (ks. tarkemmin Voimakkaasti kasvuhakuiset pk-yritykset, TEM 2015).

35 prosentilla digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä suhdannekuva oli parantunut viimeisen vuoden aikana ja edelleen seuraavalle vuodelle noin 37 prosenttia yrityksistä odotti suhdanteen kohenevan. Seuraavan vuoden suhdanneodotus oli digitaalisesti suuntautuneilla yrityksillä positiivinen kaksi kertaa yleisemmin kuin muilla pk-yrityksillä. Kun tarkastellaan erikseen voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä, suhdanneodotukset olivat vielä selvästi paremmat kuin digitaalisesti suuntautuneilla yrityksillä.

**Kuvio 2.1** Suhdanneodotukset seuraavan vuoden aikana ja edellisen vuoden toteutuma, paranee

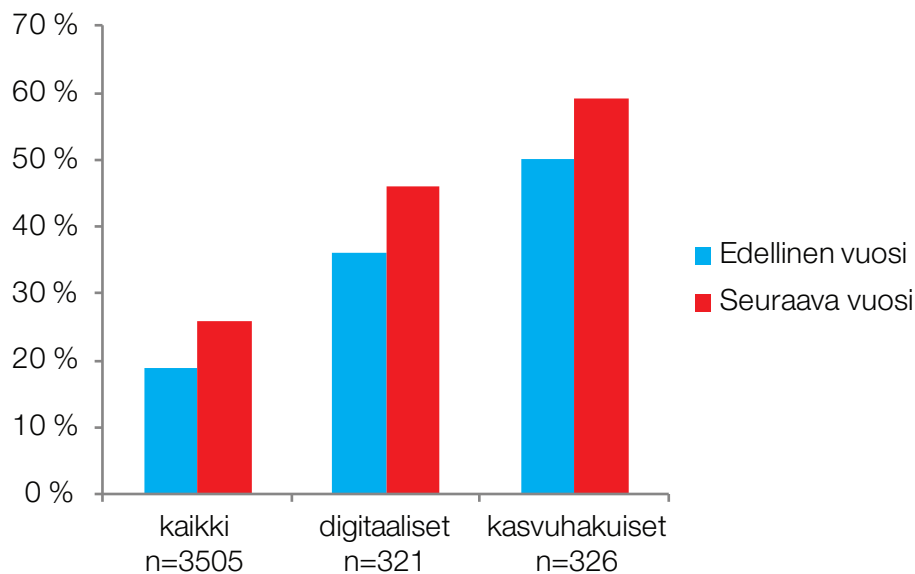


## Innovaatiot ja digitaalisuus

Menestyksellinen ja aktiivinen innovaatiotoiminta synnyttää yritysten pitkän aikavälin kasvua ja edesauttaa kansainvälistymistä. Noin kolmannes digitaalisesti suuntutuneista yrityksistä oli lisännyt innovaatiotoimintaa tai tuotannon ja tuotteiden kehitystä edellisvuoden aikana ja lähes 50 prosenttia aikoi tehdä näin seuraavan vuoden aikana. Kaikista pk-yrityksistä vain 26 prosenttia aikoi lisätä innovaatiotoimintaa seuraavan vuoden aikana.

Voimakkaasti kasvuhakuiset yritykset profiloituvat innovaatiotoiminnassa selvästi digitaalisesti suuntutuneiden yritysten yläpuolelle. Puolet voimakkaasti kasvuhakuisista oli lisännyt innovaatiotoimintaa edellisvuoden aikana ja lähes 60 prosenttia aikoi lisätä tätä seuraavan vuoden aikana.

**Kuvio 2.2** Innovaatiot, tuotannon tai tuotteiden kehitys, paranee

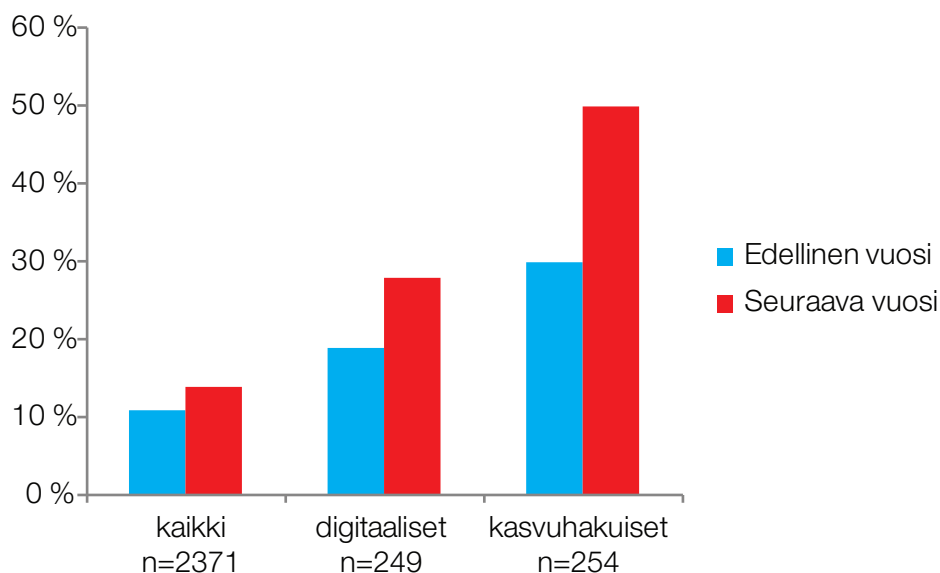


# 3 Digitaalisesti suuntautuneiden yritysten kansainvälistyminen

Tuotteiden ja jakelukanavien digitaalisuus tarjoaa yritysten kansainvälistymiseen tehokkaan väylän. Digitaalisuus mahdollistaa tuotteiden lähes äärettömän skaalautuvuuden ja pääsyn globaaleille markkinoille tietoverkkoja hyödyntämällä.

Pk-yritysten vientiodotukset kohenivat barometrin valossa seuraavalle vuodelle hieman edellisvuodesta. Noin 14 prosenttia kaikista pk-yrityksistä arvioi viennin kohenevan seuraan vuoden aikana. Digitaalisesti suuntautuneiden yritysten odotukset kohenivat selvästi nopeammin; lähes 30 prosenttia yrityksistä odotti viennin kohenevan edellisvuodesta, kun edellisvuonna viennin kohenemisesta ilmoitti vajaa viidennes yrityksistä. Voimakkaasti kasvuhakuisten yritysten arviot viennin kehityksestä olivat selvästi positiivisimmat.

**Kuvio 3.1** Viennin kehitys arvio seuraavan vuoden aikana ja edellisvuoden toteutuma, paranee

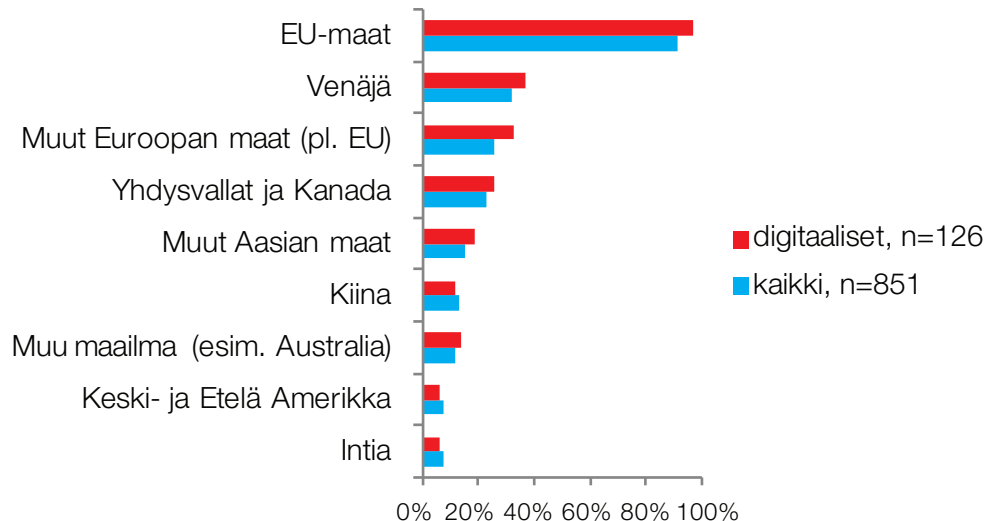


## Kansainvälistymisen muodot

Suoraa vientitoimintaa ulkomaille harjoitti 12 prosenttia kaikista pk-yrityksistä, kun digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä vientiä harjoitti neljännes yrityksistä. Ulkomaisista tytäryhtiöistä tai yhteisyrityksistä ilmoitti 4 prosenttia pk-yrityksistä, kun digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä vastaava osuus oli 7 prosenttia.

Yrityksiltä kysyttiin myös niitä markkina-alueita, joille kansainvälistymisellä oli tähdätty. Digitaalisesti suuntautuneet yritykset olivat muita pk-yrityksiä yleisemmin läsnä globaaleilla markkinoilla. Etenkin EU-maissa sekä muualla Euroopassa ja Venäjällä. Sen sijaan Kiinan, Intian sekä Keski- ja Etelä Amerikan markkinoilla digitaalisesti suuntautuneet yritykset olivat heikommin edustettuina kuin pk-yritykset keskimäärin. Yhdysvaltojen ja Kanadan markkinat houkuttelivat pk-yrityksiä noin kaksi - kolme kertaa yleisemmin kuin Kiinan tai Intian markkinat.

**Kuvio 3.2** Pk-yritysten kansainvälistyminen alueittain, osuus yrityksistä, joilla vientiä tai liiketoimintaa ulkomailla



## Kansainvälistymispalvelujen käyttäjät

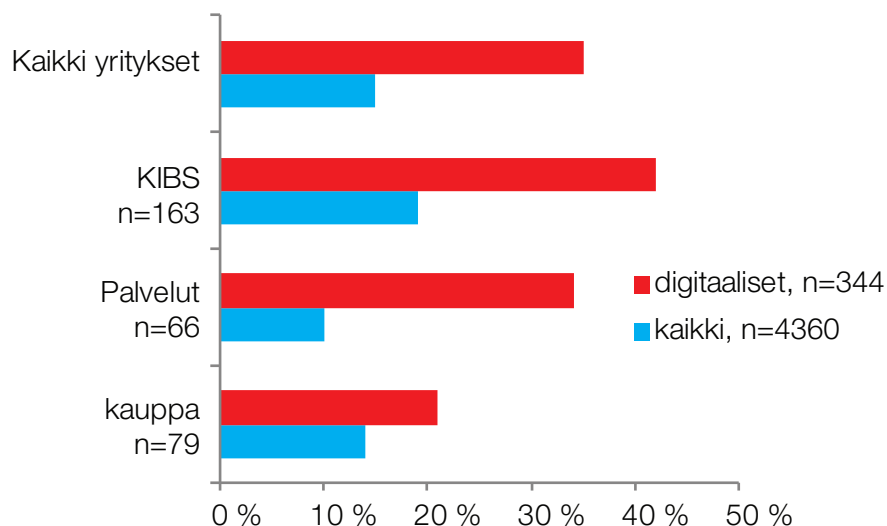
Digitaalisesti suuntautuneet yritykset ovat edellisen perusteella vahvasti läsnä kansainvälisillä markkinoilla. Kansainvälisillä markkinoilla menestyksellinen liiketoiminta asettaa omat haasteensa pk-yrityksille, joilla ei välttämättä ole riittävää kansainvälistymisosaamista tai markkinoiden tuntemusta. Monet markkinat ovat myös lähtökohtaisesti erittäin kilpailtuja, jolloin parhaat edellytykset globaaliin menestykseen on suomalaisilla omien erikoisalueidensa kärkiyrityksillä.

Yritysten aikomuksia käyttää julkisia kansainvälistymispalveluja seuraavan vuoden aikana tiedusteltiin yrityksiltä. Yleisesti ottaen digitaalisesti suuntautuneet yritykset aikoivat käyttää yli kaksi kertaa yleisemmin kansainvälistymispalveluja kuin pk-yritykset keskimäärin.

Yli 40 prosenttia digitaalisesti suuntautuneista osaamisintensiivisistä KIBS alan yrityksistä aikoi käyttää julkisia kansainvälistymispalveluja, kun kaikista KIBS yrityksistä alle viidennes aikoi käyttää näitä palveluita.

Selkein ero digitaalisesti suuntautuneiden ja muiden yritysten välillä oli muissa palveluissa. Palvelualojen pk-yrityksistä noin 10 prosenttia - mutta digitaalisesti suuntautuneista yli 30 prosenttia - aikoi käyttää julkisia kansainvälistymispalveluja seuraavan vuoden aikana. Kaupan alalla digitaalisesti suuntautuneiden yritysten aiomukset käyttää kansainvälistymispalveluja poikkeavat vain vähän muista kaupan alan pk-yrityksistä.

**Kuvio 3.3** Julkisten kansainvälistymispalveluiden käyttö



## 4 Rahoituksen käyttö ja saatavuus digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä

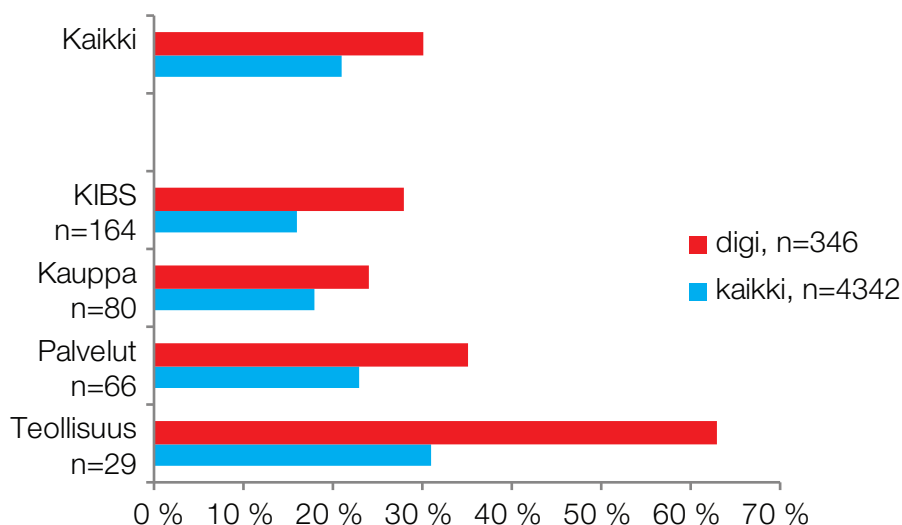
Pk-yritysten rahoituksen saatavuus on keskeinen osa menestyksellisen liiketoiminnan rakentamisessa. Rahoituksen saatavuus ja käyttötarkoitukset poikkeavat huomattavasti esimerkiksi yrityksen toimialan tai elinkaarivaiheen mukaan. Yrityksen kannalta kriittisten vaiheiden rahoitus on yleensä aina haaste yrityksille ja potentiaalinen riski rahoittajille.

Digitaaliseen liiketoimintaan nojaavilla yrityksillä rahoituksen käyttötarpeet, investointikohteet sekä lainojen vakuudet poikkeavat oleellisesti esimerkiksi perinteisen kiinteisiin investointeihin perustuvista teollisuusyrityksistä. Globaalisti joka hetki kilpaillussa ja nopeasti muuttuvassa digitaalisessa liiketoiminnassa myös rahoitusratkaisujen oikea-aikaisuus ja nopeus korostuvat.

Yleisenä johtopäätöksenä digitaalisesti suuntautuneet yritykset aikoivat ottaa rahoitusta selvästi muita pk-yrityksiä yleisemmin eli noin 30 prosenttia yrityksistä. Viidennes kaikista pk-yrityksistä aikoi ottaa ulkopuolista rahoitusta seuraavan vuoden aikana. Kaikilla toimialoilla digitaalisesti suuntautuneiden yritysten aikomukset ottaa ulkopuolista rahoitusta olivat muita toimialojen yrityksiä edellä. Kaupan alalla ero oli vähäisin.

Teollisuudessa digitaalisesti suuntautuneiden yritysten aikomukset ottaa rahoitusta olivat ylivoimaisesti suurimmat, yli 60 prosenttia yrityksistä. Kaikkien teollisuusyritysten aikomukset olivat vain puolet tästä eli noin 30 prosenttia aikoi hakea rahoitusta seuraavan vuoden aikana. On jossain määrin yllättävää, että osaamisintensiivisissä KIBS-palveluissa rahoitusta aiottiin ottaa keskivertoyrityksiä harvemmin niin digitaalisesti suuntautuneissa kuin muissakin yrityksissä.

Kuvio 4.1 Aikomus ottaa ulkopuolista rahoitusta seuraavan 12 kk aikana



Pankkirahoitus oli pk-yrityksille sekä digitaalisesti suuntautuneille yrityksille keskeisin rahoituksen muoto. Digitaalisesti suuntautuneet yritykset hakivat kuitenkin selvästi muita yrityksiä useammin rahoitusta Finnverasta, Tekesistä sekä bisnesenkeleiltä.

## Tulevat rahoitustarpeet painottuvat kehittämishankkeisiin

Rahoitusta yritykset hakivat yleisimmin käyttöpääomaksi, myös digitaalisesti suuntautuneet yritykset. Kone- ja laiteinvestoinnit olivat digitaalisissa yrityksissä selvästi muita pk-yrityksiä harvinaisempia. Yrityksen kehittämishankkeisiin haki rahoitusta lähes 40 prosenttia digitaalisesti suuntautuneista mutta vain vajaa viidennes kaikista pk-yrityksistä. Myös kansainvälistymisen ja viennin rahoitus korostui digitaalisesti suuntautuneissa yrityksissä.

**Kuvio 4.2** Mihin tarkoitukseen haettu pääasiassa rahoitusta, osuus ulkopuolista rahoitusta ottaneista yrityksistä viimeisen vuoden aikana



Kun tarkastellaan yritysten rahoitustarpeita seuraavalle vuodelle, uudet rahoitustarpeet painottuvat eri kohteisiin. Digitaalisesti suuntautuneiden yritykset aikovat hakea yleisimmin kehittämishankkeisiin, yli puolet yrityksistä. Käyttöpääomaksi rahoitusta aikoi hakea alle puolet digitaalisesti suuntautuneista yrityksistä. Kaikille pk-yrityksille käyttöpääoman rahoitus oli edelleen tärkein kohde ja sitä aikoi hakea reilu kolmannes yrityksistä.

Digitaalisten yritysten aikomuksissa kehittämistoiminnan ohella kansainvälistyminen korostuu. Lähes 30 prosenttia aikoi hakea rahoitusta kansainvälistymistoimintaansa.

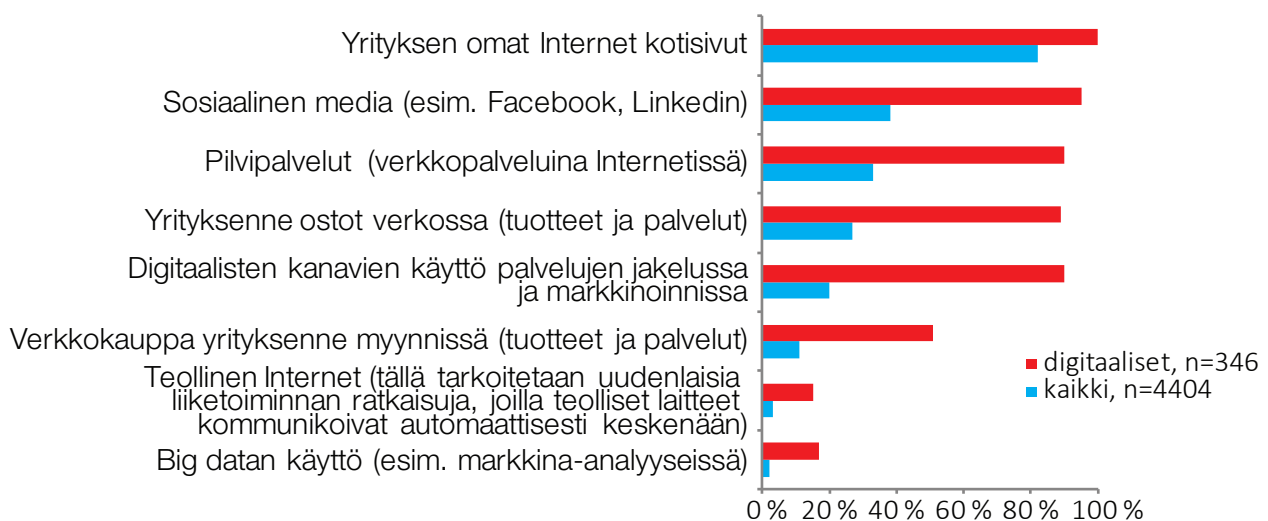
# 5 Digitaalisten työkalujen käyttö

Tässä julkaisussa tarkasteltu digitaalisesti suuntautunut yritysjoukko jo määritelmän mukaan käytti ahkerasti digitaalisia työkaluja. Mikäli yritys käytti vähintään viittä kuvion 5.1 digitaalisista ominaisuuksista tai palveluista ne luokiteltiin digitaalisesti suuntautuneiksi yrityksiksi.

Ahkerasti digitaalisia työkaluja käyttävät yrityksemme edustavat parhaimmillaan globaalia kärkeä ja osaamista. Näiden yritysten painoarvo Suomen talouden kannalta ja suunnannäyttäjinä muille yrityksille on huomattava. Digitaalisuus erottelee yritykset tehokkaasti toisistaan ja korostaa uusiutumisen ja uuden omaksumisen tärkeyttä.

Kuvion 5.1 mukaisesti digitaalisesti suuntautuneet yritykset käyttivät digitaalisia työkaluja monta kertaa yleisemmin kuin pk-yritykset keskimäärin. Erot olivat merkittävät etenkin digitaalisten jakelukanavien käytössä, verkko-ostoissa ja pilvipalvelujen käytössä. Digitaalisesti suuntautuneet yritykset profiloituivat myös teollisen Internetin ja big data käytössä. Tosin näitä käytti ani harva pk-yritys ja digitaalisista yrityksistäkin alle viidennes.

Kuvio 5.1 Digitaalisten työkalujen hyödyntäminen



## Digitaalisten työkalujen käyttötarkoitukset moninaiset

Ei ole kovinkaan yllättävää, että digitaalisesti suuntautuneet yritykset arvioivat digitaalisuuden vaikutukset huomattavasti muita pk-yrityksiä positiivisemmin. Tyypillisesti digitaalisuudella arvioitiin olevan merkittäviä vaikutuksia - yli kaksi kertaa muita yrityksiä yleisemmin - esimerkiksi uusien liiketoimintamahdollisuuksien synnyttämiseen tai uusien asiakasryhmien tavoittamiseen (kuvio 5.2). Myös yrityskuvan vahvistamisen ja digitaalisuuden välillä oli vahva kytkeä.

Konservatiivisimmat arviot digitaalisuuden vaikutuksista kohdentuivat tuotekehityksen tehostumiseen, liiketoiminnan kansainvälistymiseen sekä yhteistyön tiivistymiseen kumppanien kanssa. Noin 10 prosenttia kaikista yrityksistä arvioi digitaalisuuden vaikutukset merkittäviksi näiden suhteen. Digitaalisesti suuntautuneilla yrityksillä osuudet olivat vastaavasti 25–30 prosenttia.

**Kuvio 5.2** Digitaalisten työkaluilla merkittävä vaikutus, osuus yrityksistä







TEM oppaat ja muut julkaisut 5/2015  
ISSN 2342-7922 (verkkójulkaisu)  
ISBN 978-952-227-959-0